

## محاضرة: تحليل سوات swot

تمهيد:

يعتبر تحليل swot من أهم الاستراتيجيات التي يستخدمها صاحب العمل في فهم الوضعية الحالية والوضعية المستقبلية حيث يقدم دراسة واضحة ودقيقة لكل عوامل النجاح والفشل من خلال تحليل البيئة الداخلية أي نقاط القوة ونقاط الضعف، أو تحليل البيئة الخارجية الفرص والتهديدات وفي مايلي سوف نقدم توضيحا كاملا لتحليل swot

### 1. مفهوم تحليل swot

يعتبر تحليل swot بمثابة إطار لجمع وتنظيم واستخدام البيانات المتحصل عليها من تحليل الموقف استنادا إلى ظروف كل من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية، ويعد تحليل swot اختصار الأربعة كلمات على النحو التالي:

✓ نقاط القوة strengths

✓ نقاط الضعف weaknesses

✓ الفرص opportunities

✓ التهديدات threats

ويتم تقييم البيئة الداخلية من خلال تحليل كل من نقاط القوة ونقاط الضعف، وكذلك تقييم البيئة الخارجية من خلال تحليل كل من الفرص والتهديدات التي تواجه المنظمة. ويعتمد هذا التحليل في جوهره على تعظيم نقاط القوة أي استخدامها وتدنية نقاط الضعف، وأيضا استغلال الفرص وتجنب التهديدات.

### 2. استخدامات تحليل swot:

❖ أسلوب يمكن المدير أو مجموعة من المدراء لحل المشاكل اليومية والاستراتيجيات التقليدية إلى منظور أحدث وأوسع.

❖ ينظر هذا التحليل إلى جوانب القوة وجوانب الضعف وأيضا للفرص والتهديدات أي عدم تحليل كل جانب على بمفرده.

❖ إطار مهم جدا وأداة مفيدة للإستخدام في إدارة التسويق وكذلك إمكانية تطبيقه في مجالات إدارية أخرى.

❖ أداة أساسية ومتطلب ضروري لرجال التسويق ورواد الأعمال والمدراء.

❖ يحقق الفهم الواضح لمجالات الأعمال.

❖ أداة تخطيط تستخدم من أجل فهم جوانب القوة وجوانب الضعف، الفرص والتهديدات المتضمنة في المشروع أو مجال أعمال معين.

❖ يستخدم في تنظيم واستخدام البيانات والمعلومات المتحصل عليها من تحليل الموقف ككل من البيئة الداخلية للبيئة الخارجية.

### 3. مكونات تحليل SWOT:

يتكون تحليل SWOT من:

+ جوانب القوة: عبارة عن خصائص أو صفات ملموسة وغير ملموسة تعطى للمنظمة مميزة عن بقية المنظمات في نفس المجال وتشمل جميع الموارد المالية والبشرية والابداعية التي تنتفع بها المنظمة مثل: رأس مال مرتفع، مهارات إدارية، مهارات تسويقية وغيرها.

+ جوانب الضعف: هي الصفات التي تجعل المنظمة في مواقف ضعف بالمقارنة بالمنظمات الأخرى مثل رأس مال صغير، ضعف مهارات التسويق وعدم المعرفة بكل خبايا السوق، قوة المنافسة، عدم القدرة على التوسع...

+ الفرص: هي العوامل التي من شأنها جذب الشركاء مما يعني قدرتها على البقاء والاستمرارية، حيث تتعلق هذه الأخيرة بالمحيط الخارجي أو البيئة الخارجية مثل معرفتها بالتغيرات التي تحدث في أدواق المستهلكين، استغلال التسهيلات الحكومية.

+ التهديدات: عبارة عن عناصر بيئة خارجية يمكن أن تسبب مشاكل لمجال الأعمال وبمعنى أنها عوامل خارجة نطاق سيطرة المنظمة وتظهر التهديدات عندما تحدث ظروف في البيئة الخارجية تعيق من ربيحة المنظمة مثل دخول منافسين جدد. تدهور جودة المنتجات.

4. الاستراتيجيات المتبعة في ضوء تحليل SWOT: تشير مصفوفة SWOT إلى توفر أربعة استراتيجيات بديلة ومتداخلة، وهي:

■ استراتيجية تعظيم جوانب القوة \_ تعظيم الفرص:

الشركة في ظل هذا الموقف تكون شركة فائدة لإستنادا إلى جوانب قوتها وفي نفس الوقت استغلالها للموارد المتاحة من أجل تحقيق ميزة في سوق منتجاتها أو خدماتها.

■ استراتيجية تعظيم الفرص \_ تدنية جوانب الضعف: قد تجد الشركة فرصا في البيئة الخارجية ولكنها تعاني في نفس الوقت من جوانب ضعف تنظيمية تحول دون تحقيقها لميزة الاستفادة من زيادة الطلب على منتجاتها في الأسواق.

■ استراتيجية تدنية التهديدات \_ تعظيم جوانب القوة: تعتمد هذه الاستراتيجية على استغلال جوانب قوة الشركة بما يمكنها من تدنية التهديدات في البيئة الخارجية المحيطة. إن غرض هذه الاستراتيجية هو تدنية الأولى وتعظيم الثانية.

▪ استراتيجية تدنية التهديدات \_ تدنية جوانب الضعف: بصفة عامة تهدف هذه الاستراتيجية إلى تدنية كل من التهديدات وجوانب الضعف فالشركة التي تواجه تهديدات وجوانب الضعف الداخلية تقع في موقف خطر للغاية حيث يتطلب الأمر تجنب التهديدات وتحويل نقاط الضعف إلى القوة.

#### 5. تطبيق تحليل SWOT في التسويق:

الغرض الأساسي من تطبيق تحليل SWOT في التسويق هو إعداد أي استراتيجية تسويقية ناجحة، وسوف يساعد تحليل SWOT في تحديد نتيجة لمجال الأعمال. إن إعداد الإستراتيجية تسويقية سوف يساعد في استغلال الفرص من خلال استخدام جوانب القوة ومن جانب آخر تساعد في تجنب التهديدات وتدنية جوانب الضعف وفي مايلي كيفية إجراء تحليل SWOT في مجال التسويق

**أولاً: تحليل جوانب القوة:** ويمكن أن نوضح أهم جوانب القوة في مايلي:

❖ الاعتراف بالعلامة: إذا كانت الشركة معروفة من قبل الجمهور، فهذه تعتبر جانب قوة للاستراتيجية التسويقية. ومن هنا يمكن استخدام اسم الشركة والمعترف به للإعلان عن منتجاتها من أجل زيادة المبيعات.

❖ الخبرة التسويقية المخصصة: عندما تتوفر لدى المسؤولين بالشركة خبرة في التسويق فإنه يمكن إعداد الاستراتيجية التسويقية بسهولة جداً لأن توافر الخبرة التسويقية يمكن من إعداد الاستراتيجيات وبصفة خاصة عند تطبيق تحليل SWOT.

❖ مواقع النشاط أو مجال الأعمال: إذا وجدت الشركة في موقع بمركز المدينة، فإنه من المحتمل أن يكون لديها مجال أعمال جيد جداً. إن توافر الموقع الملائم يمكن العملاء من زيارة الشركة ويعتبر عامل قوة يمكن تحقيقه مقارنة بالمنافسة.

❖ تقديم منتج جديد حيث تعتبر طريقة أفضل للدخول إلى السوق، فإذا كان لدى الشركة أفكاراً جديدة، فإن الاستراتيجية التسويقية سوف يعتمد على الابتكار والحدثة.

#### **ثانياً: تحليل جوانب الضعف**

يجب أخذ عوامل في الاعتبار لأنها تضعف من استراتيجية المنظمة وتجعلها تبدو غير مقنعة و فيما يلي بعض عوامل :

❖ التوزيع الضعيف

❖ عدم توافر سمات مميزة عن الشركات المنافسة

❖ عدم التواجد أو التواجد الضعيف على الانترنت

ثالثاً: تحليل الفرص

إن تطبيق تحليل SWOT في مجال التسويق بعد في حد ذاته فرصة تمكن من التعرف على الأحداث والمواقف التي يمكن استغلالها لتحقيق مكسب تسويقي للشركة وفيما يلي استعراض لبعض العوامل الخارجية والتي تعتبر بمثابة فرص تسويقية هامة:

❖ التقدم التكنولوجي: قد تتقدم الشركة بشراء تكنولوجيا جديدة أو التواصل إلى طرق جديدة لإنتاج السلع وهذه يطلق عليها فرصة.

❖ زيادة الطلب حيث يتحسن موقف الشركة في حالة زيادة الطلب على منتوج الشركة.

❖ المناسبات الاجتماعية والأعياد حيث يزداد الطلب على منتجات في حالة المناسبات الاجتماعية والمراسم والأعياد حيث عندما تظهر هذه الفرصة يجب استغلالها.

رابعاً: تحليل التهديدات

ينبغي الحرص وتوخي الدقة عند إجراء تحليل SWOT في مجال التسويق، وذلك لأن بعض المواقف في البيئة الخارجية قد تؤدي استراتيجية التسويق. ومثل تلك المواقف تعرف بأنها تهديدات وتظهر في مجالات مختلفة منها:

❖ تخفيض الأسعار من قبل المنافسة: يعتبر هذا التهديد من أشد التهديدات التي تواجه الشركات، فإذا

قام المنافس بتخفيض سعر المنتج حيث عادة ما يلجأ المستهلكين إلى المنتجات الأقل سعر.

❖ التغير في اختيارات العميل حيث يمكن للعميل تغيير اختياره وتوجيهها إلى شركة منافسة.

❖ الظروف الاقتصادية غير المراقبة: هناك ظروف مثل التضخم الضرائب، تغير أسعار العملات

حيث تؤثر سلباً على المنظمة ونشاطها.